

浅谈 卷烟零售终端 的规范化建设

■ 冯德艳

零售终端建设是行业当前乃至今后一个时期的一项重要工作。经过近些年的努力,目前行业零售终端建设已经取得了明显的成效,发展机制逐步建立,操作流程日臻成熟。在这样的背景下,零售终端的日常运营与维护就显得尤为重要。笔者认为,零售终端的日常运营与维护要强调“规范”二字,因为只有零售终端做到规范,才能说明商业企业真正掌控了这一重要资源。

为规范零售终端建设,笔者所在的浙江杭州市烟草专卖局(公司)以经营水平的高低、功能发挥的强弱、规范诚信程度的高低等要素建立了多层次、能转化、有激励的“金字塔”型零售终端规范管理体系;普通零售终端、网上订货终端、数据采集终端、规范化现代终端以及标准化现代终端。

各类零售终端都有与之对应标准,规范化建设的工作重点也各不相同。

普通零售终端与网上订货终端是最基础、最普遍的零售终端类型。这两种零售终端规范化建设的重点是实现守法经营,即保证其遵守烟草专卖法律法规,规范经营。因此,开展普通终端与网上订货终端规范化建设,重点在于加强相关法律法规的日常宣传,逐步增强其守法、规范经营意识。随着形势的不断变化,新知识不断渗透到烟草行业中来,但部分终端客户对政策的了解还停留在初始阶段,因此要注重宣传的持续性和长期性,将宣传行业相关政策融入客户经理日常的工作中,并长期坚持下去。

数据采集终端是指具备信息采集功能的零售终端,其规范化建设的目标是保质保量地实现数据采集。

分析当前数据采集工作的难点,主要集中在“人”与“机”两个方面。“人”的层面主要是 PC 终端操作者技术水平比较低不会操作或配合度比较低不愿意操作两个方面,“机”的层面主要是 PC 机网络设备故障。根据实际情况来看,问题主要集中在“人”这一层面。笔者认为,要解决“人”这一层面的难题,必须做到严把“三关”:一是严把筛选关,在发展数据采集终端的过程中,不仅要查看零售客户的卷烟经营能力,还要注重其规范经营意识、配合度以及现代化电子设备操作能力,从而为后续的数据采集实现规范操作奠定基础;二是严把培训关,通过理论指导与实践演练相结合的方式,使数据采集终端逐步形成“条包实刷,一客一结”的习惯,保证采集数据的准确性;三是严把督查关,客户经理在日常维护工作中,要时刻关注客户数据采集动向,如果发现客户未及时上传当天销售数据或者有其他异常情况,要第一时间进行提醒。

规范化现代终端和标准化现代终端是零售终端规范化建设的重中之重。现代终端规范化建设的目标是实现其功能发挥,即充分发挥现代终端形象展示、品牌培育、信息采集、消费跟踪等方面的功能作用。现代终端是一个较新的概念,其发展规划、进退机制、日常运营管理等还处于不断完善的过程中。因此,如何推动现代终端的规范化建设,充分发挥其各项功能,也处于摸索、探讨阶段。结合工作实际,笔者认为,为推动现代终端的规范化建设需要把握以下几个关键点:

一是加强营销队伍建设。现代终端各项功能的发挥在很大程度上依靠客户经理的日常指导。例如品牌培育,如果营销队伍素质过硬,可以根据现代终端地理位置、店铺类型、主要服务对象等具体情况,指导其拓宽品牌宽度、改善品牌组合,从而提升赢利能力,并发挥其品牌培育的示范引领作用。

二是搭建沟通、共享平台。信息爆炸时代的一大优点是超越时空的信息传递,沟通、共享平台的建立,使现代终端之间能够及时交流、互取生意经。

三是建立督查反馈机制。定期对现代终端的规范化建设进行督查考评,一方面形成对现代终端的警示与约束,另一方面了解其发展现状,为后续工作提供决策依据。

农村卷烟市场监管现状问题及对策

■ 赵伟

作为烟草市场的“半壁江山”,农村卷烟市场是卷烟零售终端不可缺少的组成部分。笔者认为,没有农村卷烟市场的繁荣稳定,就没有整个卷烟市场的繁荣稳定,也就没有烟草行业的可持续发展。因而,强化农村卷烟市场监管,对于提升卷烟零售终端建设水平,促进“优秀县级局”创建活动,推动“卷烟上水平”,有着十分重要的现实意义。

农村卷烟市场监管现状及问题

相对于城市卷烟市场而言,农村卷烟零售点分布广,经营业态以食杂店、便利店居多,进货以中低档卷烟为主,区位优势不如城市卷烟市场明显,消费群体多为中低收入阶层,卷烟盈利水平相对较低;经营者文化程度普遍不高,守法经营意识相对淡薄,消费者识假能力、自我维权意识不强。

近年来,在全行业的高度重视下,特别是国家局开展“优秀县级局”创建活动以来,县级局围绕创建目标,积极探索市场监管模式,不断强化农村卷烟市场日常监管、联合监管、客户自律监管等工作机制,扎实开展法律法规进店宣传、消费者真假烟识别培训、“无假烟销售示范村(街)”创建、农村市场专项整治等活动,切实维护了卷烟市场秩序,促进了县城城乡卷烟市场监管工作协调发展,整体推进。

但也要清醒地看到,农村卷烟市场基础还不够牢固,目前,一些涉烟违法分

子以农村市场监管力量相对薄弱为“跳板”,避实就虚,在农村市场编织假烟销售网络,达到“以农村市场包围城市市场”的目的;一些农村零售户守法经营意识差,进假售假、乱渠道进货、倒贩真烟等违法行为时有发生;多数农村消费者买到假烟或看到涉烟违法活动后,处于自身安全考虑,惧怕打击报复,不愿向烟草部门投诉举报,无疑助长了违法分子的嚣张气焰。在监管方面,一些县级局对农村市场监管力量投入不够,监管手段滞后,监管效能低下,监管覆盖面不到位。除此之外,农村市场零售点布局不合理,还存在不少无证户、“空白村”以及经营大户控制小户、大户向无证户提供货源等问题。因此,我们既要看到当前农村卷烟市场监管取得的新成效,又要敢于正视现状,分析原因,及时议定措施,解决突出问题,确保农村市场监管科学化、规范化、常态化。

农村卷烟市场监管的主要对策

一是卷烟打假要突出“深挖案源”。

目前,在一些农村市场,从表面上看,客户货源充足,卷烟配送到位,但适当地点消费的中低档卷烟供应不足,满足不了农村消费者的需求,特别是农村红白喜事户、建房户“买烟难”的问题始终没有得到解决。一些不法零售户抓住此“商机”,经不住假烟暴利的诱惑,借机进、售假,欺瞒陷害消费者。因此,在农村市场并不是“无假可打、无案可挖、无网可破”,而是有假举报少、案件“深挖”少。事实证明,只要下功夫“深挖”,即使是一

条假烟,都可能由烟“挖”到人,有线“挖”到网,由小案“挖”出大案。

如何“深挖”线索?笔者认为,一方面,要走群众路线。群众的眼睛是雪亮的,涉假违法犯罪活动隐藏再深,都逃不脱群众的眼睛,迟早会露出破绽。因此,依靠群众、发动群众参与卷烟打假,不失为一条正确的方法途径,切不可忽视、小视和偏废。一要建立农村市场假烟情报信息采集点,通过设点下线,聘请协管员,定期收集反馈市场假烟信息,开拓假烟情报信息来源;二要建立健全投诉举报保密制度,对提供有价值线索的消费者,严格实行保密制度,确保举报人人身安全,并及时兑现举报奖励标准,进一步调动消费者举报投诉积极性。三要走联合监管的路子。充分发挥公安机关假烟打假“尖刀兵”、工商机关市场监管“千里眼”等作用,定期召开卷烟打假联席会议,开展联合执法检查、市场专项治理活动,不断提升卷烟打假水平。

二是取缔无证户突出“先礼后兵”。在农村卷烟市场,无证经营卷烟行为较为普遍,在个别农村,甚至出现清一色的无证户。农村无证户取缔难的主要原因,一方面,是由于农村卷烟市场无证户分布散,多数无招牌,隐蔽性强,不易发现;其次,在无证户取缔工作中,个别县级局“重城镇、轻农村”,认为城镇及主要公路沿线的无证户,是“秃子头上的虱子,明摆着”,农村市场辖区每个自然村至少有一个卷烟零售户,取不取缔无关紧要。

诚然,无证户有大小、区位之分,对市场的冲击程度也不尽相同,但笔者认为,既然是无证户,就要旗帜鲜明地予以

取缔,决不能纵容、姑息,也不能顾此失彼。一要驻村逐户摸底调查,确保发现一户,登记一户,为取缔工作奠定良好基础;二要积极宣传卷烟无证经营的违法性和危害性,做好对农村无证户特别是“钉子户”、“难缠户”的宣传劝导工作,并下发无证经营取缔先行通知书,便于无证户在规定的期限内处理完卷烟库存;三要联合工商部门,对超出规定期限依然无证经营卷烟的,依法取缔,绝不姑息迁就;四是定期复查无证经营取缔成果。对“反弹户”、“钉子户”,及时联合公安机关予以强行取缔,确保无证经营取缔工作彻底、到位,无“死灰复燃”现象。

三是零售点布局突出“严格规范”。农村卷烟市场零售点布局不合理问题由来已久。一方面,在一些农村市场,卷烟零售户数与自然村户数比例明显失调,有些村子卷烟零售户很多,有的村子零售户太少,还有的村子无一家卷烟零售户,属于“空白村”。另一方面,许多农村中学校周围零售点不少,与“中小学校周围不予办证”的规定明显不符。一些利欲熏心的店主为吸引中小学生买烟,将卷烟化整为零,以零支方式出售未成年入,可谓“想尽花招,赚取不义之财”。

笔者认为,解决农村卷烟零售点布局不合理的问题,途径有两条:一是按照“科学、合理、适度、便民”的原则,及时修订完善农村卷烟零售店布局方案,确保辖区每个自然村至少有一个卷烟零售户。二是对因历史原因造成农村零售点布局不合理的问题,可以采取劝退、整顿、注销的办法,让一些严重违法户、卷烟未落地销售户、中小学校周围零售户,逐

步退出卷烟经营,让一些符合办证条件的无证户成为持证户,进一步优化农村市场零售点合理布局。

四是打击真烟外流突出“专销结合”。农村市场真烟外流问题较为突出。这个问题看似客户逐利行为,问题实质出在行业内部。一方面,卷烟货源投放不尽合理,一些客户经理为完成销售任务,往往采取捆绑式销售方式,强迫农村客户订购卷烟,造成农村市场低档烟不够卖,高档烟、新品烟卖不了,这就为一些经营大户在农村市场非法收购真烟找到了理由和借口。另一方面,专卖执法部门对真烟外流问题认识不到位,监管、打击力度不够。

真烟外流问题不是小问题,事关行业形象和市场秩序稳定。因而,作为县级局要统一思想,提高认识,决不能让真烟外流问题滋生蔓延,扰乱来之不易的市场秩序。一要不断完善卷烟营销政策,科学合理投放货源,积极引导客户经营,严禁捆绑销售,减轻零售户库存压力,为零售户排除后顾之忧,从源头上杜绝真烟外流问题。二要强化市场监管,严厉打击不法烟贩。可以采取入户检查、跟踪盯梢、伏击守候等多种方式,严查真烟外流案件,确保真烟“本地消化,不远流他乡”。三要严格内管制度,对辖区出现的真烟外流案件,严肃追究内部相关人员责任,要起到深刻的警示作用,不能成为“一纸空文”,流于形式。

总之,农村卷烟市场地域广阔,情况复杂,监管难度不小,但是只要认真对待,积极监管,就一定能够打造出卷烟市场监管的新天地。

如何避免 非主观故意违法

■ 胡恒念

烟草专卖执法人员在市场检查中,经常发现不少零售户因不懂烟草法律法规,因碍于人情、贪图小利等原因,进而发生非主观故意的违法、违规行为,零售户也因此受到了看似不必要的处罚,不仅造成了经济上的损失,而且降低了商业声誉。

据统计,查处的违法违规案件中,此类案件占了不小的比例。非主观故意违法行为一般有以下几种:一是因事从外地购买卷烟带回销售;二是为他人代卖卷烟;三是回收他人卷烟;四是为他人兑换卷烟(包括以烟易烟和以烟易货等);五是一次销售超过 50 条以上卷烟;六是销售被他人调包卷烟(假烟);七是从跨地区超量携带卷烟等等。以上行为可能涉嫌构成的违法性质分别是未在当地烟草专卖批发企业进货、无证运输、无证批发等,都会受到罚款、收购卷烟等行政处罚。

在接受案件处理时,当事人多以“不知道违法了”、“仅仅是为他人帮忙”、“又不是假烟,怎么能不卖”等言语来陈述申辩,想以此来规避处罚。以上行为是不是违法的呢?《烟草专卖法实施条例》规定:取得烟草专卖零售许可证的企业或者个人,应当在当地的烟草专卖批发企业进货,并接受烟草专卖许可证发证机关的监督管理,以上行为都存在从当地烟草专卖批发企业进货现象,违反上述规定,所以是违法的,应该受到行政处罚。

至于是否故意的问题,除法律专门规定以外,主观故意(包括直接故意和间接故意)不是构成行政违法的必要要件,也就是说,行政处罚不考虑当事人是故意还是过失,只要行为人的行为违反了法律条款,就构成了违法行为,以上行为都存在从当地烟草专卖批发企业进货现象,违反上述规定,所以是违法的,应该受到行政处罚。

作为零售户,发生上述违法行为后,不能仅仅感觉到“亏了”,甚至抱怨烟草部门吹毛求疵、小题大做,而是要从心里明白主述行为的违法性,吃一堑长一智,多学习烟草法律法规,多听从烟草部门的宣传和引导,不要被人情世故所迷,不要被小利所诱惑,从而杜绝同样的错误发生。

如何避免上述问题呢?要注意以下几点:

一是绝不从外地购买卷烟回来销售;二是不要给别人代卖、兑换卷烟;三是销售卷烟一次不能超过 50 条;四是不要回收卷烟;五是注意经营安全,发现卷烟被调包,及时报告烟草局或者公安机关,不能将被调包的卷烟用于销售。总归一点,要保证销售的卷烟都是从烟草公司合法订购来的,订购什么烟,就卖什么烟,订多少烟,就卖多少烟,这样就不会再发生无主观故意的违法行为。

景区游客群体卷烟消费行为浅析 ——以安徽黟县景区为例

■ 潘丽晶

安徽黟县地处皖南山区西部,至今保存了 3500 多栋清代以前的古建筑,这些建筑大多带有浓郁的中国传统文化特色,其布局之工、结构之巧、装饰之美、营造之精,集中体现了中国传统建筑的精粹。其中,西递、宏村古村落还被列为世界文化遗产,是著名的旅游胜地。

随着人们生活水平的不断发展,到黟县游玩的游客逐年增多。如何满足游客群体的卷烟消费需求,成为当地烟草部门着力研究的课题。

为全面准确地分析、把握旅游景区卷烟市场,掌握游客群体卷烟消费的变化发展趋势,有效满足游客的卷烟消费需求,笔者所在单位日前在黟县旅游景区针对游客群体的卷烟消费行为开展了调查活动。

调查的方法是通过设计调查问卷的形式,由客户经理进行实地问卷调查。此次调查共发放问卷 104 份,收回有效问卷 87 份。接受调查者来自安徽、湖南、浙江、江苏、湖北、广东、山西、河北、内蒙古、江西、辽宁 11 个省份。

调查内容与分析

本次问卷调查内容主要包括游客群体的日均消费量与接受价位、对卷烟商品特点的关注情况、购买心理、对卷烟类型的认识和偏好、对品牌的选择因素等几个方面。

日均消费量与接受价位分析。游客消费群体的日均消费量一般每人每天在 10 支以下;对卷烟价位的选择分别为:5 元以下为 0.5~15 元占 85%、16~25 元占 12%、26~40 元占 1%、40 元以上占 2%。从价位选择上看,游客消费群体购买卷烟的价位普遍在 5~15 元之间,以二、三类烟为主。

对卷烟商品特点关注情况分析。游客对卷烟消费呈现明显的差异性:有的游客以购买自己家乡卷烟品牌为主,有的游客喜欢尝试当地的卷烟品牌。他们在购买卷烟时最关注卷烟的品质问题,即口味好不好。

影响游客消费群做出购买决定的因



素。调查数据显示,有 52%的消费者反映朋友会对他们选择卷烟品牌产生影响,28%的消费者认为不受影响,10%的消费者对新品牌卷烟比较感兴趣。可见,该类消费群体在做出购买决定时以这一消费群之间的相互影响为主,主观意识较强,遇事较为理性和果断,少数群体对新品牌卷烟较感兴趣。针对这一消费特点,卷烟工业企业应不断推出新产品,改进老品牌,以满足此类消费群体对新品牌卷烟的需求。

购买心理分析。这类消费群体在购买卷烟时最担心买到假烟,最希望得到店主的真诚承诺和热情周到的服务。对于这一消费心理,商业企业应进一步规范零售终端的服务行为,努力提高零售终端的服务水平和质量,同时,还要加大打假力度,提高市场净化率,从根源上保障消费者的利益,消除消费者疑虑,提高消费者满意度。

对卷烟类型的认识和偏好。调查发现,这类消费群体中 69%以上的人对卷烟类型的相关知识有所了解,知道烤烟型卷烟是我国卷烟的主要类型。其中,喜欢抽烤烟型卷烟的消费者占大多数,比例为 66%;其次为混合型卷烟,占 19%;喜欢外香型卷烟的人数也占到了 11%,雪茄型卷烟则仅有 3%的人选择。可见,

卷烟工业企业在不同类型卷烟产品的研发上,应仍以烤烟型卷烟为主,适当生产一些混合型、外香型的卷烟,以满足消费者的多样化需求。在生产雪茄烟时要慎重,应深入研究和分析不同地区、不同社会阶层、不同年龄结构等不同类型消费者的需求差异,找准目标消费群体,针对性地组织生产。同时,要适当控制总量,防范经营风险。

对品牌的选择。从调查情况看,这类消费群体虽然也有自己喜爱的卷烟品牌,但他们对品牌的依赖性并不强,在购买不到自己喜爱的品牌时,一般会主动更换其他的品牌。对这类消费群体进行品牌培育较容易取得成效。

对于卷烟营销的思考

从上述调查中我们可以看出,游客消费群体对于卷烟需求主要集中在卷烟的价格、吸味等方面。主要源于以下几个方面:

个性方面。喜爱旅游的人普遍具有独立、自我的个性特点,崇尚个性化、风格化的价值观念,需求也会多样化,崇尚能够体现自我的消费品位。

文化方面。旅游消费群体对于卷烟品牌文化,特别是品牌背后的文化故事

比较感兴趣。

感性方面。游客消费群体在消费中崇尚属于自我的消费选择,这种选择大都带有强烈的自身因素影响,对自己的角色定位受外界影响较大,尤其当感官受到外部环境、群体消费趋向等各种因素影响时,其消费行为会变得更感性。

在卷烟营销方面,烟草商业企业应该根据游客消费群体的这些特点,注意满足他们的实际消费需求。

价位选择理性。游客消费群体选择的卷烟价位大都在 15 元以内,高价格的卷烟对他们的吸引力并不大。针对这一特点,烟草部门需要改变景区消费水平高的传统观念,可以适当增加景区市场二、三类烟的供应量。

口味选择可塑。旅游消费群体大多比较注重卷烟的品质和口感,且比较有个性的。烟草部门可以根据这一消费群体的这个特性,进一步加强“双低”卷烟品牌的培育力度。

品牌选择多变。由于很多旅游爱好者喜欢多变、新颖的生活方式,他们对商品的忠诚度一般不高,卷烟消费也大多没有固定的喜好,在选择品牌上比较随意。在营销方面,烟草部门应适当增加景区在销卷烟的品类规格,满足他们的自主选择。

特征、违法犯罪规律、上下线的关系以及经营规模等信息,为领导决策提供有力保障。

任何信息在没有经过整理加工前都算不上情报,往往只是大量的、零散的、杂乱无章的线索而已,这就要求情报工作人员要有情报利用的意识和明确的情报需求目的。通过对这些信息进行有效提炼和加工,获得有用的情报线索。同时,为了防止泄密,除了要求情报工作人员要有保密意识外还可以在技术上加强防范。可以设定不同层级的访问权限,以杜绝隐患。

总之,任何先进的专卖管理理念最终都需要一支高素质的人才队伍方能组织实施,涉烟情报系统只是辅助决策的工具,关键还依赖于办案人员丰富的实践经验。作为涉烟情报分析的主体,涉烟情报工作人员和办案人员都需要具备客观的分析能力和敏锐的洞察力,善于总结与研究。从不同的案件中找出共同点并确定其关联性,这些共同点就成了并案处理的线索和依据。

情报信息系统的构建与运行是一项系统工程,不可能一蹴而就、一劳永逸。需要通过无数次的试验与维护,才能使之成为一个完善的系统,保障其有序、高效、便捷、安全地运行,这些都需要制度的支撑和大家在实践中的不断探索。

构建涉烟情报体系之我见

■ 卢安刚

为进一步健全专卖打假体系,有效维护辖区卷烟市场的繁荣与稳定,早日实现“走在行业前面、展现一流水平、全面建设现代烟草”的宏伟目标,作为一个烟草专卖执法人员,笔者认为建立一个预测性和实战性较强的情报信息系统,实现专卖管理由粗放式管理向精细化管理转变,是烟草专卖执法部门的发展方向。本人对于建立涉烟情报网络建设有几点不成熟的想法,浅论如下:

涉烟情报建设现状及原因

目前,烟草专卖管理主要以市场监管、案件查办为主。信息来源渠道单一,市场监管的针对性不强,无法满足信息化社会对专卖管理工作的需求。情报信息收集主要以专管员市场走访为主,同时,消费者投诉、线人举报、线索排查也是案件信息收集的途径之一。各基层中队之间,情报不共享,信息不交流,基本处于各自为政、凭经验办案的状态。情报信息来源的不确定性带来市场检查的盲目性和随机性。案件侦办常常面临着等米下锅的尴尬局面。究其原因,情报信息渠道单一,情报交流互动机制不健全,信息管理制度的不完善是主要因素。比如专管员的市

访很大程度上流于形式,往往进门一支笔签完就走人。没有很好的履行情报信息员的职能。而线人的培养方面也常常因为保密制度的不完善,举报奖励的不及时带来了诚信的缺失,管理的错位。种种不利因素制约了烟草企业的发展。从而使专卖管理长期陷于停滞不前的状态。无法在案要案上形成突破。

探索涉烟情报建设的思路

针对传统情报建设模式的弊端,探索建立一套新的涉烟情报系统是当务之急。本人认为可以从以下几个方面进行探索:

一是建立情报信息分级管理制度。采取分级管理的好处就是最大限度地保护了举报人的利益,一般信息员只能接触基础信息。核心机密则应当由专人负责。比如特勤人员的身份信息,举报费的使用信息、重大案件的核心机密等等。

二是建立情报信息收集、处理和反馈机制。情报信息的分类、登记、加工和整理都需要由专人负责管理。可以以中队为单位在专卖管理上建立一个中队数据库,将一些日常工作中收集到的情报信息经过收集、整理、分类、归档录入,专管员建立一个总数据库将中队录入的信息,经过层层筛选后统一进行分析、处理,并将反馈信息及时传递

给基层中队。

三是建立重大责任追究制度。由于情报信息涉及面广、影响深远,一旦出现违规问题,后果非常严重。如果出了问题得不到解决,责任人不及时追究,则可能会造成极其恶劣的社会影响。因此一定要从源头上杜绝事故的隐患,从而使日常管理科学化、规范化、制度化、流程化。

四是尝试建立先进的数字化管理系统。我认为可以在目前已有的专卖管理操作系统中,尝试建立一个新的情报信息管理系统模块。此系统应当具备信息录入、存储、查询、更新和删除等功能。中队平台由市场专管员负责录入案件信息、举报投诉信息、专管员市场走访信息以及重点违法违规户的基本信息等内容,并分类存放。如果条件允许的,还可以在市场走访过程中,利用平板电脑或智能手机等先进的操作软件,实时将一些现场发现的车辆、库房、账册、单据、银行对账单等零散资料进行收集整理并及时上传,实现与系统的同步运转。最后统一由专人负责分析整理并按情报的轻重缓急分类上传。专管员专职情报工作人员每天负责将大量涉烟情报信息进行汇总、存贮。整合各基层中队上传的情报信息,通过筛选、对比、排序进行再加工最后传递给办案人员。

五是创新工作方式,探索情报建设的

新思路。根据以往工作经验,零售户之所以不愿意与烟草部门合作,其主要因素还是对于保密制度的不信任。为了彻底打消零售户的顾虑,我认为可以采取一些创新举措。比如专管员在市场走访过程中,可以利用分发卡片的方式进行法律、法规宣传。每一张卡片上印有烟草专卖行政管理部门联系方式和网络信息举报平台地址,关键是每张卡片均应打印一个随机编码,编码应用防伪涂层覆盖。确保每个编码的保密性、随机性和唯一性。零售户如愿意向烟草部门举报违法行为,则无需暴露自己的真实身份信息只需要填上编码即可。此编码可作为登录情报信息管理系统,查询反馈信息和领取举报费的依据。而零售户则不必担心会有人泄密,因为即使是案件的经办人员也不可能知道举报人的真实信息。这样就从源头上规避了泄密的危险。

六是尝试建立情报信息共享机制。为了提高综合执法的效能,在条件成熟的情况下还可尝试与公安、工商等相关职能部门实现情报交流、信息共享,加强互动,整合各类行政资源。充分利用各行政管理部门在长期的情报工作实践中积累的经验,转化为烟草情报资源,使涉烟情报信息的数量和质量得到质的飞跃。通过对情报信息的加工处理,可以合理推断出犯罪嫌疑人的身份

特征、违法犯罪规律、上下线的关系以及经营规模等信息,为领导决策提供有力保障。

任何信息在没有经过整理加工前都算不上情报,往往只是大量的、零散的、杂乱无章的线索而已,这就要求情报工作人员要有情报利用的意识和明确的情报需求目的。通过对这些信息进行有效提炼和加工,获得有用的情报线索。同时,为了防止泄密,除了要求情报工作人员要有保密意识外还可以在技术上加强防范。可以设定不同层级的访问权限,以杜绝隐患。

总之,任何先进的专卖管理理念最终都需要一支高素质的人才队伍方能组织实施,涉烟情报系统只是辅助决策的工具,关键还依赖于办案人员丰富的实践经验。作为涉烟情报分析的主体,涉烟情报工作人员和办案人员都需要具备客观的分析能力和敏锐的洞察力,善于总结与研究。从不同的案件中找出共同点并确定其关联性,这些共同点就成了并案处理的线索和依据。